

STRATEGI ZUKRI DALAM MEMPEROLEH SUARA PADA PEMILIHAN LEGISLATIF PROVINSI RIAU TAHUN 2014

Oleh: Lizbeth Lindrieny Lubis
Email: lubislizbeth@gmail.com

Pembimbing: Dr. Muchid, S.Sos, M.Phill
Jurusan Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Riau

Program Studi S1 Ilmu Pemerintahan FISIP Universitas Riau
Kampus Bina Widya Jl. H.R. Soebrantas Km. 12,5 Simpang Baru Pekanbaru 28293-
Telp/Fax. 0761-63277

Abstract

Strategy is a careful plan that organized and held by a candidate who has a purpose or target. The goal is what a candidate wants to achieve. In this case, especially is the target of vote's support that manifested by the vote. A strategy should be able to describe the ways or steps to be taken.

The legislative election is one of democracy action that held to elect the people's representatives to achieve the political goal. In the legislative election that held on April 9th, 2014. People can elect and vote directly for a candidate. Zukri got the highest ballot / vote in six electoral districts, such as Pelalawan district and Siak district in the legislative election of Riau Province in 2014. Therefore, this research is trying to elaborate the strategy of Zukri clinched the votes / ballot in legislative election in 2014.

Theories that used to explain the achievement are strategy theory and political marketing theory. These theories are used to review Zukri's strategy in getting the votes and the achievement factors in getting the votes in VI electoral districts.

Keywords: Strategy, Legislative Election

Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

Adanya strategi merupakan kunci kemenangan seorang calon atau kandidat dan merupakan peranan penting dalam kemenangan tersebut. Keberhasilan untuk memenangkan pemilihan umum legislatif tidak bisa lepas dari perencanaan, pelaksanaan, monitoring dan evaluasi sehingga upaya melakukan persuasi terhadap masyarakat pemilih harus terus dilakukan, yang pada akhirnya memberikan dukungan suaranya untuk memilihnya. Strategi Politik merupakan

seperangkat metode agar dapat memenangkan pertarungan antara berbagai kekuatan politik yang menghendaki kekuasaan. Hal ini imbas dari proses reformasi yang terjadi dimana proses politik menjadi lebih berdinamika, hingga akhirnya dibutuhkan strategi politik untuk memenangkan hati dan meraih simpati konstituen sebagai penentu dari suatu keputusan politik.

Strategi dalam menghadapi pemilihan langsung merupakan perencanaan yang cermat yang disusun dan dilaksanakan oleh tim pemenangan yang memiliki tujuan mencapai kemenangan atas sasaran yang ditentukan.

Sasaran merupakan apa yang ingin dicapai oleh calon legislatif atau kandidat dan tim pemenangan dalam hal ini adalah target dukungan pemilihan yang diwujudkan dalam pemberian suara kepada calon atau kandidat tersebut. Ruang lingkup pembahasan strategi tak sebatas pada tatanan konsep atau rencana, namun yang terpenting adalah bagaimana calon atau kandidat dan tim kampanye tersebut mengimplementasikannya di lapangan.

Pemilihan umum untuk memilih anggota Dewan Perwakilan Rakyat (DPR), Dewan Perwakilan Daerah (DPD), Dewan Perwakilan Rakyat Daerah periode tahun 2014-2019 telah dilaksanakan pada tanggal 9 April 2014. Pelaksanaan proses dari penyelenggaraan sistem politik tersebut dengan menggunakan Undang-Undang Nomor 8 tahun 2012 tentang Pemilihan Umum anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah, menggantikan Undang-Undang nomor 10 tahun 2008.

Lembaga Legislatif yaitu Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) yang merupakan badan yang bersifat plural dengan keanggotaan yang lebih banyak daripada lembaga eksekutif, dan menawarkan kemungkinan baik perwakilan sekaligus jumlah keberagaman dalam politik, dan untuk menjembatani hubungan yang lebih dekat antara wakil dan pemilihnya. Keberagaman yang diwakili dalam lembaga legislatif mungkin didefinisikan sepanjang garis kolektif, itulah, perwakilan mengoperasikan melalui kelompok-kelompok politisi yang dipilih dalam “tim” untuk mempresentasikan sejumlah rangkaian kepentingan. Aturan yang berkaitan dengan perwakilan kolektif dipilih, pada gilirannya, harus mengidentifikasi seperangkat prinsip yang mendefinisikan kepentingan, seperti lokasi geografis, ras, etnisitas, gender, bahasa, agama dan sebagainya.

Komisi Pemilihan Umum Provinsi Riau sebagai penyelenggara pemilihan umum melalui Keputusan Komisi Pemilihan Umum Provinsi Riau dalam Berita Acara Nomor 25/BA/V/2014 tentang Penetapan Perolehan Suara Sah dan Kursi Partai Politik serta Penetapan Calon Terpilih Anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Provinsi Pemilihan Umum Tahun 2014, pada hari Senin tanggal 12 Mei 2014 telah menetapkan sebanyak 65 orang sebagai calon terpilih anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Provinsi Riau.

Adanya penetapan Daerah Pemilihan (Dapil) oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) pada Pemilihan Umum Legislatif Provinsi Riau Tahun 2014, menjadi peluang yang terbuka lebar bagi masing – masing partai politik. Adapun dapil – dapil yang telah ditetapkan adalah DAPIL Riau 1 meliputi Kota Pekanbaru, DAPIL Riau 2 meliputi Kampar, DAPIL Riau 3 meliputi Rokan Hulu, DAPIL Riau 4 meliputi Rokan Hilir, DAPIL Riau 5 meliputi Kabupaten Bengkalis, Kota Dumai, dan Kabupaten Kepulauan Meranti, DAPIL Riau 6 meliputi Kabupaten Pelalawan dan Kabupaten Siak, DAPIL Riau 7 meliputi Indragiri Hilir, DAPIL Riau 8 meliputi Kabupaten Indragiri Hulu dan Kabupaten Kuantan Singingi. Alokasi Kursi pada Pemilihan Legislatif Provinsi Riau tahun 2014 sebanyak 65 kursi dan untuk Riau VI yang meliputi Kabupaten Siak dan Kabupaten Pelalawan sebanyak 8 Kursi.

Adapun Hasil Perolehan Suara Calon Legislatif Fraksi PDI Perjuangan dalam Pemilu Legislatif Provinsi Riau pada Dapil VI Tahun 2014 dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1: Hasil Perolehan Suara Calon Legislatif Fraksi PDI Perjuangan dalam Pemilu Legislatif Provinsi Riau Pada Dapil VI Tahun 2014

No Urut	Nama Calon	Suara Sah Calon	Peringkat Suara Sah Calon
1	Zukri	31.034	I
2	Soniwati	11.492	II
3	Ev. Tenger Sinaga	10.245	III
4	Saur B.Gultom	5.462	V
5	Dahlia	4.055	VI
6	Muhammad Riva'i	1.365	VII
7	Suci Selvi Yani, SE.MOS,CH	986	VIII
8	Rusdaryanto	6.100	IV
Jumlah		83.178	

Sumber: Komisi Pemilihan Umum Provinsi Riau Tahun 2014

Dari tabel 1, penulis melihat beberapa fenomena yang terjadi yaitu:

1. Terdapat 6 calon Legislatif yang berasal dari Dapil 6 yang meliputi Kabupaten Siak dan Kabupaten Pelalawan pada Pemilu Legislatif tahun 2014.

2. Zukri mendapatkan peringkat 1 dalam suara sah calon dari dapil 6 dengan hasil perolehan suara 31.034.

Zukri yang merupakan lulusan D3 Teknik di salah satu Universitas di Yogyakarta, yang kemudian menjadi seorang Wiraswasta di Kabupaten Pelalawan, tertarik untuk bergabung dalam Fraksi PDI Perjuangan Provinsi Riau pada tahun 2008. Salah satu langkah-langkah (strategi) Zukri untuk memperoleh suara pada Pemilihan Legislatif tahun 2014 yaitu:

1. Zukri mendapat posisi sebagai wakil ketua Bidang Badan Pemenangan Pemilu di Dewan Pimpinan Daerah (DPD) PDI Perjuangan Provinsi Riau.

2. Zukri pernah menjadi Wakil Ketua Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI) Provinsi Riau, Wakil

Ketua Persatuan Sepak Bola Seluruh Indonesia (PSSI) Riau, dan Ketua Karang Taruna Kabupaten Pelalawan.

3. Zukri juga memperoleh peringkat suara sah I pada Pemilihan Legislatif Provinsi Riau Tahun 2009 dengan jumlah suara 16.042 (Sumber: KPU Provinsi Riau).

Sejalan dengan hal tersebut, terlihat bahwasanya Zukri sebagai caleg yang berasal dari dapil 6 yang memperoleh suara tertinggi pada Pemilihan Legislatif tahun 2014 mempunyai banyak relasi dan sesuai dengan salah satu teori strategi Newman dan Shet yaitu Inducement strategy bahwa strategi ini diterapkan oleh kandidat yang dipersepsikan memiliki citra tertentu merupakan strategi yang sangat baik untuk memenangkan Pemilihan Legislatif tahun 2014 tersebut. Dan sesuai dengan tujuan utama marketing politik menurut Hayes dan McAllister yaitu bagaimana sebuah partai politik bisa mendapatkan dukungan dari publik dan kemenangan seorang kandidat lebih ditentukan pada ketetapan dalam merumuskan strategi.

Berdasarkan fenomena-fenomena yang telah penulis paparkan diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Strategi Zukri dalam Memperoleh Suara pada Pemilihan Legislatif Provinsi Riau Tahun 2014”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan-penjelasan yang terdapat pada latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah penelitian adalah **“Bagaimana strategi Zukri dalam memperoleh suara pada Pemilihan Legislatif Provinsi Riau Tahun 2014?”**

1.3. Kerangka Teori

a. Strategi

Peter Schorder (Indra J.Piliang, 2013 : 199), strategi terbagi menjadi dua yaitu:

1. Strategi Ofensif (Ekspansi Eksternal)

Strategi Ofensif adalah strategi memperluas pasar. Dalam strategi ofensif yang digunakan untuk mengimplementasikan politik, yang harus dijual adalah perbedaan terhadap keadaan yang berlaku saat itu serta keuntungan-keuntungan yang dapat diharapkan. Strategi Ofensif selalu dibutuhkan, misalnya saja apabila partai ingin meningkatkan jumlah pemilihnya atau apabila pihak eksekutif ingin mengimplementasikan sebuah proyek.

Pada dasarnya strategi ofensif diterapkan pada saat kampanye pemilu serta harus menampilkan perbedaan yang jelas antara partai atau kandidat dengan partai kandidat pesaing yang menjadi target untuk diambil pemilihnya. Dalam strategi ofensif yang harus tampil adalah perbedaan keadaan saat berlaku dan keuntungan-keuntungan yang dapat diperoleh.

2.Strategi Defensif (Intensifikasi Internal)

Strategi defensif akan muncul ke permukaan, misalnya apabila partai pemerintahan atau koalisi pemerintahan yang terdiri atas beberapa partai ingin mempertahankan mayoritasnya.

b. Political Marketing

Adman Nursal (2004) menyatakan bahwa pemasaran politik (political marketing) adalah serangkaian aktivitas terencana, strategis tetapi juga taktis, berdimensi jangka panjang dan jangka pendek, untuk menyebarkan makna politik kepada para pemilih. Tujuannya membentuk dan menanamkan harapan, sikap, keyakinan, orientasi, dan perilaku pemilih. Perilaku pemilih yang diharapkan adalah dukungan dalam berbagai bentuk, khususnya menjatuhkan pilihan pada kandidat tertentu.

Menurut Adman Nursal (2004), fungsi dari kegiatan pemasaran politik adalah sebagai berikut:

1. Sarana untuk menganalisis posisi pasar, yakni memetakan persepsi dan preferensi para pemilih, baik konstituen, terhadap kontestan-kontestan yang akan bertarung di arena pemilu.

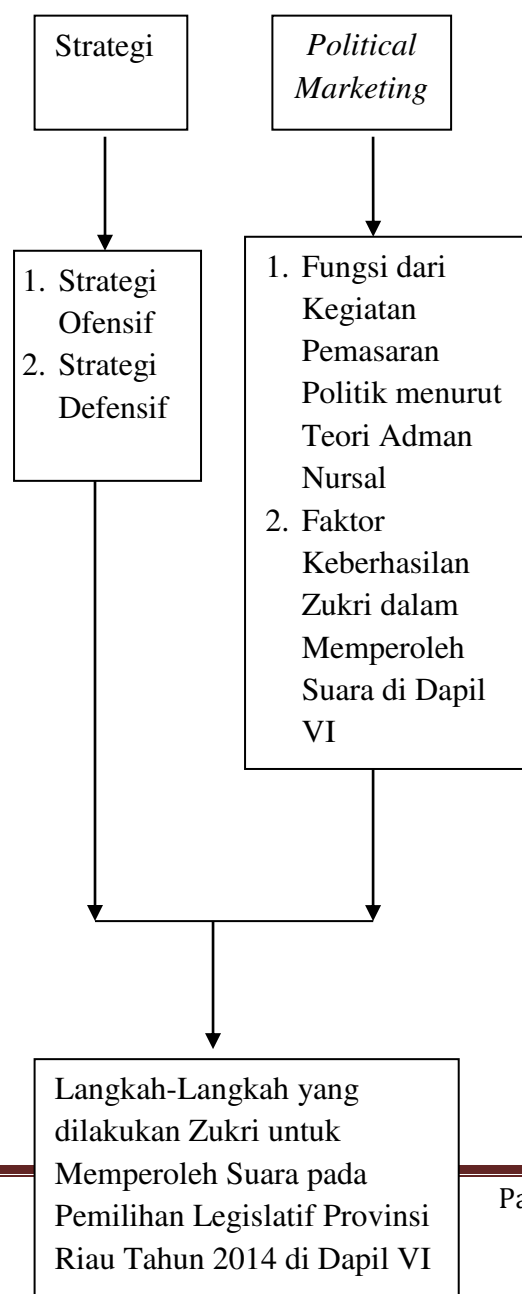
2. Sarana untuk menetapkan tujuan objektif kampanye, marketing effort dan pengalokasian sumberdaya.

3. Sarana untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi alternatif-alternatif strategi.

4. Sarana untuk mengimplementasikan strategi untuk membidik segmen-segmen tertentu yang menjadi sasaran berdasarkan sumberdaya yang ada.

5. Sarana untuk memantau dan mengendalikan penerapan strategi untuk mencapai sasaran objektif yang telah ditetapkan

Gambar 1: Kerangka Pemikiran



3.	Robain	Ketua Badan Pemenangan Zukri
4.	Bustamam	Tim Penggerak Kampanye

Definisi Konsep

1. Strategi kemenangan yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah langkah-langkah yang dilakukan Zukri di Kabupaten Siak dan Pelalawan (Dapil VI).
2. Zukri merupakan Calon Legislatif (DPRD) Provinsi Riau Tahun 2014 dari Dapil VI.
3. Pemilihan Umum Legislatif adalah kegiatan politik untuk memilih Anggota Legislatif yang terpilih langsung oleh rakyat.

1.4. Metode Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Sedangkan jenis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif.

Dalam penelitian ini, penulis mengambil lokasi penelitian di Kabupaten Pelalawan dengan alasan ingin mengetahui Strategi Zukri dalam memperoleh suara pada Pemilihan Legislatif Provinsi Riau Tahun 2014 – 2019. Dan penelitian ini dilakukan juga di Kantor Dewan Pimpinan Daerah PDI Perjuangan Provinsi Riau dengan alasan karena DPD PDI Perjuangan Provinsi Riau mengurus segala hal tentang PDI Perjuangan termasuk Calon Legislatif.

Tabel 1.7 : Daftar Informan

No	Nama Informan	Keterangan
1.	Zukri	Anggota DPRD Provinsi Riau Tahun 2014
2.	Ir. Suyatno	Wakil Sekretaris DPD PDI Perjuangan Provinsi Riau

Sumber data primer dalam penelitian ini adalah wawancara langsung, data Sekunder seperti Jumlah Perolehan Suara Sah Caleg Fraksi PDI Perjuangan Provinsi Riau pada Pemilu Legislatif 2014 DPRD Provinsi, serta data lain yang mendukung penelitian.

Proses Pengumpulan data yang dipergunakan pada penelitian ini yaitu wawancara dan dokumentasi. Kemudian penulis menganalisa dengan teknik analisa data yang bersifat deskriptif analisis,

2. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Bab ini akan menjelaskan mengenai gambaran umum Kabupaten Pelalawan dan Kabupaten Siak, kondisi Sosial, Ekonomi dan Budaya Kabupaten Siak dan Kabupaten Pelalawan. Selain itu juga akan dibahas mengenai Profil Tim Kampanye Zukri di Dapil VI, serta biografi Zukri sebagai Anggota Legislatif Provinsi Riau Tahun 2014.

3. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dalam penelitian ini, penulis akan menjelaskan strategi Zukri dalam memperoleh suara pada Pemilihan Legislatif Provinsi Riau tahun 2014. Zukri yang diusung oleh Partai Demokrasi Indonesia (PDI) Perjuangan Provinsi Riau yang adalah Calon Legislatif dari Dapil VI yang meliputi Kabupaten Pelalawan dan Kabupaten Siak mendapatkan suara tertinggi yaitu 31.034.

Menurut penulis yang dimaksud strategi disini adalah rencana yang cermat yang disusun dan dilaksanakan oleh seorang kandidat yang memiliki tujuan untuk mencapai kemenangan atau sasaran. Sasaran merupakan apa yang ingin dicapai oleh kandidat dalam hal ini adalah target

dukungan pemilih yang diwujudkan dengan perolehan suara. Suatu strategi harus mampu menggambarkan cara atau langkah-langkah yang akan ditempuh. Ruang lingkup strategi disini tidak sebatas pada tataran konsep atau rencana yang sudah disusun tim pemenangan Zukri, namun yang terpenting adalah bagaimana tim pemenangan tersebut mengimplementasikan di lapangan.

Pada dasarnya strategi dibagi menjadi Strategi Ofensif (menyerang) dan Strategi Defensif (bertahan). Strategi Ofensif (menyerang) diperlukan bila seorang kandidat/partai politik ingin menarik pendukung baru maupun memperluas jumlah dukungan masyarakat. Biasanya kandidat maupun partai politik yang menggunakan pola strategi ofensif ini lebih dikenal sebagai pihak penantang maupun pendatang baru yang akan berkompetensi untuk mengincar kursi kekuasaan. Pola ofensif inilah yang disebut schorder sebagai strategi memperluas pasar dan strategi defensif mempertahankan pasar.

3.1. Strategi Ofensif

Strategi ofensif diterapkan pada saat kampanye politik. Strategi kampanye adalah suatu proses yang dirancang secara sadar, bertahap dan berkelanjutan yang dilaksanakan pada rentang waktu tertentu dengan tujuan mempengaruhi sasaran yang telah ditetapkan.

Pada dasarnya strategi kampanye politik bertujuan untuk membentuk serangkaian makna politis tertentu di dalam pikiran para pemilih. Serangkaian makna politis yang terbentuk dalam pikiran para pemilih tersebut dimaksudkan untuk memilih kontestan tertentu. Makna politis inilah yang menjadi output penting dari strategi kampanye politik.

Strategi kampanye politik yang digunakan adalah perbedaan terhadap keadaan yang harus dijual atau

ditampilkan adalah perbedaan terhadap keadaan yang berlaku saat itu serta keuntungan-keuntungan yang dapat diharapkan dari padanya sehingga terbentuk kelompok pemilih baru di samping para pemilih yang telah ada. Oleh karena itu, harus ada penawaran baru atau penawaran yang lebih baik bagi para pemilih yang selama ini menjadi calon pesaing.

Strategi seperti ini perlu dipersiapkan bagi kandidat sebagai sebuah strategi kampanye pengantar untuk menjelaskan kepada publik tentang penawaran mana saja yang lebih baik, dibandingkan dengan penawaran calon-calon lainnya dan memanfaatkan situasi dan kondisi yang terjadi dalam masyarakat. Misalnya hal-hal yang menjadi kebutuhan masyarakat dalam mensejahterahkan hidupnya, dapat menjadi kunci untuk merumuskan strategi ini.

Menurut penulis, karakteristik utama strategi ofensif ini yang berorientasi pada pemilih/pasar, setidaknya ada beberapa hal, diantaranya mempunyai komitmen yang kuat, mempunyai kapabilitas yang berbeda apabila dibandingkan dengan calon yang lain, mampu mempertemukan kapabilitas yang dimiliki calon dengan apa yang menjadi nilai bagi pemilih dan selalu berusaha dan mampu menggerakkan semua komponen yang ada.

Hal inilah yang dilakukan Zukri dan tim pemenangan pada saat kampanye dilakukan. Zukri dan tim pemenangan melakukan sosialisasi dan memperkenalkan Zukri sebagai Calon Legislatif. Melalui proses sosialisasi politik inilah masyarakat memperoleh sikap dan orientasi terhadap kehidupan politik yang berlangsung dalam masyarakat, untuk itu perluasan pasar yang dilakukan demi mendapatkan target (perolehan suara yang diinginkan).

3.2. Strategi Defensif

Strategi Defensif digunakan apabila para caleg ingin mempertahankan mayoritasnya atau apabila perolehan suara yang dicapai sebelumnya ingin dipertahankan. Strategi ini dibangun oleh caleg sebagai salah satu cara untuk memelihara dukungan suara.

Pemilihan Legislatif tahun 2014, seluruh calon legislatif ada kekuatan atau yang biasa disebut ada strategi. Tentu dalam kompetisi politik seluruh calon ingin menjadi pemenang, namun masyarakat masing-masing punya kriteria untuk jadi wakil rakyatnya. Pada pemilihan legislatif diperlukan strategi yang merupakan hal utama dalam menghadapi kompetisi politik. Strategi tersebut tentu bertujuan untuk simpatik masyarakat dan memperoleh suara sebanyak-banyaknya pada pemilihan legislatif 2014.

Untuk itu, pada Pemilihan Legislatif tahun 2014, Zukri mempertahankan dukungan suara dari masyarakat dapil VI dengan cara Zukri membantu masyarakat yang miskin dan tidak mengobral janji yang muluk kepada masyarakat, agar masyarakat tidak kecewa jika janji tersebut tidak terpenuhi. Masyarakat tentunya akan lebih memilih caleg yang selama ini mereka kenal sebagai sosok yang suka menolong ketimbang memilih caleg yang sama sekali tidak pernah terdengar sedikit pun memberikan bantuan kepada masyarakat.

Sikap Defensif yang dilakukan oleh Zukri tidak mempengaruhi calon dari partai sendiri bahkan calon dari partai lain, artinya tidak memburukkan calon dari partai sendiri atau calon dari partai lain, yang dilakukan hanya untuk mempertahankan pasar (mempertahankan pendukungnya).

3.3. Political Marketing

Secara konsep political marketing yaitu serangkaian aktivitas terencana,

strategis, dinamis, berdimensi jangka panjang dan jangka pendek yang mana di praktikkan oleh partai politik untuk menyebarkan makna politik ke pemilih dengan tujuan membentuk dan menanamkan sikap, harapan, keyakinan, orientasi dan perilaku pemilih.

3.3.1. Fungsi dari Kegiatan Pemasaran Politik menurut Teori Adman Nursal

Yang penulis maksud didalam fungsi kegiatan pemasaran politik menurut teori Adman Nursal yaitu Kegiatan Pemasaran politik haruslah menjadi jembatan/penghubung untuk seorang calon atau kandidat didalam pemilu tersebut. Memetakan persepsi dan preferensi para pemilih, baik konstituen, terhadap kontestan-kontestan yang akan bertarung diarena pemilu. Haruslah jelas bagi calon atau kandidat untuk sasaran (target) dan pesaing sendiri didalam pemilu tersebut. Pesaing yang datang dari partai yang sama dan dari partai politik yang berbeda. Haruslah seorang calon atau kandidat memiliki cirri khas dalam memasarkan dirinya dimasyarakat.

3.3.2. Faktor Keberhasilan Zukri dalam Memperoleh suara di Dapil VI

Sebagai seorang pemimpin harus selalu menghasilkan nilai superior dan kepuasan bagi para pemilih. Menurut penulis, ada beberapa hal yang menarik simpati masyarakat yang tentunya menjadi faktor keberhasilan Zukri dalam memperoleh suara di Dapil VI yaitu sosok / figur, mempunyai ekonomi yang kuat, kekerabatan / relasi.

3.4. Langkah-langkah yang dilakukan Zukri dalam Memperoleh Suara pada Pemilihan Legislatif Provinsi Riau Tahun 2014 di Dapil VI

Adapun langkah-langkah yang dilakukan Zukri untuk memperoleh suara pada Pemilihan Legislatif Provinsi Riau Tahun 2014, yaitu :

a. Memetakan Wilayah / Dapil VI

Langkah awal yang dilakukan Zukri adalah memetakan wilayah. Zukri yang bersaing dengan teman-teman satu partai, nomor urut tidak hanya membantu didalam kemenangan. Zukri harus bersaing untuk mendapatkan suara terbanyak. Pada daerah pemilihan, yang terdiri dari beberapa kecamatan dan puluhan desa.

Dapil VI yang terdiri dari Kabupaten Pelalawan dan Kabupaten Siak. Kota Pangkalan Kerinci dari Kabupaten Pelalawan dan Kota Siak dari Kabupaten Siak yang menjadi daerah prioritas Zukri. Pada Pemilihan Legislatif Provinsi Riau tahun 2014.

b. Target Suara yang dipertahankan

Target suara yang akan dipertahankan merupakan sasaran untuk menjadi pedoman Zukri dan tim pemenangan didalam memperoleh suara. Pemahaman tentang perilaku pemilih, menjadi faktor yang mempengaruhi perilaku pemilih untuk memilih Zukri sebagai calon legislatif Provinsi Riau tahun 2014 sangatlah penting. Karena dengan berbekal pemahaman yang cukup tentang perilaku pemilih, maka Zukri dan tim pemenangan akan dengan mudah merumuskan, menerapkan, serta mengevaluasi strategi dan metode untuk memenangkan Zukri didalam Pemilihan Legislatif Provinsi Riau Tahun 2014.

c. Membentuk tim sukses

Hubungan antara tim sukses dengan kandidat yang dicalonkan dalam pemilihan umum bagai dua hal yang tidak bisa dipisahkan. Timses akan melakukan berbagai cara untuk memenangkan kandidat yang mereka dukung dari balik layar. Sedangkan kandidat akan menjadi aktor yang dilihat oleh publik untuk menentukan pilihannya.

Membentuk tim sukses/tim pemenangan yang dilakukan Zukri

bertujuan untuk membantu dirinya dalam melakukan sosialisasi kepada pemilih dalam melakukan kampanye. Tim sukses pemenangan yang dipilih Zukri merupakan orang yang sangat dekat dengannya dan sangat berpengaruh didalam usaha untuk memenangkan dirinya. Tim sukses pemenangan diperkuat sampai kepada tim kecamatan bahkan desa-desa.

Adapun tim sukses/tim pemenangan Zukri di dapil VI, yaitu Robain (Ketua Badan Pemenangan), Bustamam (Tim Penggerak Kampanye), serta dibantu para pemuda Karang Taruna Kabupaten Pelalawan, KNIP Kabupaten Pelalawan, LPM Kabupaten Pelalawan.

d. Kunjungan ke Desa

Untuk menguji komitmen, integritas, sekaligus media pengenalan diri. Seorang caleg mestinya banyak turun tangan alias terlibat langsung di tengah-tengah masyarakat. Masyarakat sebagai pemilih (punya hak pilih) pastinya ingin melihat, mengenal dan mengetahui secara langsung figur (sosok) caleg yang akan dipercayakan nantinya menjadi wakil mereka di parlemen. Bukankah ada istilah “tak kenal maka tak sayang”. Dengan turun tangan langsung kepada masyarakat, maka para caleg ini tentu akan dikenal baik oleh para pemilihnya. Masyarakat (pemilih) saat ini sudah semakin cerdas dan tidak bisa lagi dibodoh-bodohi.

Inilah yang dilakukan Zukri, Sebelum maju didalam Pemilihan Legislatif Provinsi Riau tahun 2014, Zukri pernah menjadi Anggota Legislatif Provinsi Riau tahun 2009. Selama menjabat sebagai Anggota Legislatif Provinsi Riau tahun 2009, Zukri berhasil mendengar aspirasi dari masyarakat di Dapil VI. Zukri juga rajin terjun turun langsung kepada masyarakat. Itu juga dilakukan Zukri saat dilakukan kampanye untuk Pemilihan Legislatif Provinsi Riau tahun 2014.

e. Dukungan dari Tokoh Masyarakat

Keberadaan Tokoh Masyarakat juga merupakan prioritas utama yang dikuasai Zukri dalam menysasar segmen mayoritas pemilih mempunyai karakteristik tersendiri. Zukri melibatkan Tokoh Agama dan Tokoh Adat dalam melakukan sosialisasi guna mendulang suara pada Pemilihan Legislatif 2014.

Zukri menyadari bahwa keberadaan tokoh masyarakat di dapil VI, khususnya di daerah prioritas (Pangkalan Kerinci dan Kota Siak) sangat strategis, dengan budaya tradisional yang masih kental di di tengah masyarakat menjadikan tokoh masyarakat sangat penting. Ketika tokoh masyarakat telah dikuasai dan bersedia mendukung Zukri, secara otomatis masyarakat akan ikut mendukung mengikuti pilihan tokoh masyarakat tersebut

4. Kesimpulan dan Saran

4.1. Kesimpulan

Strategi Zukri dalam memperoleh suara pada pemilihan legislatif Provinsi Riau tahun 2014 yang dilakukan di dapil VI yang meliputi Pelalawan dan Kabupaten Siak yaitu Strategi Defensif. Dengan perolehan suara 31.034 mengantarkan zukri pada kemenangan pemilihan legislatif tahun 2014. Periode sebelumnya, tahun 2009, Zukri juga mendapat perolehan suara tertinggi dari dapil VI. Jadi tidak begitu sulit untuk menyusun strategi pada saat dilaksanakannya kampanye pada pemilihan legislatif tahun 2014.

Kota Pangkalan Kerinci yang menjadi daerah prioritas saat diadakannya kampanye. Figur Zukri yang dikenal masyarakat baik dan sebagai putra daerah yang memiliki modal yang besar untuk maju dalam pemilihan legislatif Provinsi Riau tahun 2014 serta aktif di beberapa organisasi dan mudah bersosialisasi dengan masyarakat, serta mampu memberikan solusi atas keinginan dan kebutuhan masyarakat menjadi faktor

keberhasilan Zukri dalam Pemilihan Legislatif Provinsi Riau tahun 2014.

Strategi serta pemasaran politik yang disusun Zukri beserta tim sukses yang merupakan orang-orang yang sangat dekat dengan Zukri berhasil merebut simpati masyarakat pada pemilihan legislatif tahun 2014. Strategi beserta pemasaran politik yang digunakan Zukri saat kampanye tahun 2014 adalah strategi dan pemasaran politik yang digunakan hampir sama saat kampanye tahun 2009.

4.2. Saran

4.2.1. Harus adanya edukasi politik sebagai strategi politik yang bertujuan untuk memberikan pendidikan atau pandangan politik yang bermartabat dan bermanfaat untuk masyarakat.

4.2.2. Untuk mempromosikan diri calon legislatif harus aktif di kegiatan sosial, kemasyarakatan sehingga masyarakat simpati dan mendukungnya baik dalam masa kampanye maupun tidak.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku :

Darmawan, Ikhsan. Analisis Sistem Politik Indonesia. Bandung: Penerbit Alfabeta, 2013

Fahmi, Khairul. Pemilihan Umum dan Kedaulatan Rakyat. Jakarta: Rajawali Pers, 2012

Firmanzah. Marketing Politik Antara Pemahaman dan Realitas. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2007

Gunardo. Geografi Politik. Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2014

Hersey, Marjorie Randon, Party Politics in America. New York: Pearson Education, 2005

Haris, Syamsuddin. Partai, Pemilu, dan Parlemen Era Reformasi. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2014.

J.Piliang, Indra. Mengenal Teori-Teori Politik. Bandung: Nusa Cendikia, 2013

Nazir, Moh. Metode Penelitian. Bogor: Ghalia Indonesia, 2005

Nursal, Adman. Political Marketing (Strategi Memenangkan Pemilu). Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2004

Pamungkas, Sigit. Partai Politik Teori dan Praktik di Indonesia. Yogyakarta: Institute For Democracy and Welfarism, 2012

Patilima, Hamid. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta, 2011

Sanit, Arbi. Sistem Politik Indonesia Kestabilan, Peta Kekuatan Politik, dan Pembangunan. Jakarta, Raja Grafindo Persada, 2012

Sugiono, Arif. Strategic Political Marketing. Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2013

Suyanto, Bagong, dkk. Metode Penelitian Sosial: Berbagai Alternatif Pendekatan. Jakarta: Kencana, 2005

Usmain, Husaini, dan Purnomo Setiady Akbar. Metodologi Penelitian Sosial. Jakarta: Bumi Aksara, 2000

Sumber Perundang-Undangan:

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2012 tentang Pemilihan Umum

Sumber Jurnal, Skripsi, Tesis :

Daniel P. Hutagalung, Strategi Marketing Isu Oleh Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI-P) dalam Pemenangan Joko Widodo-Muhammad Jusuf Kalla pada Pemilihan Presiden di Kabupaten Tapanuli Utara Tahun 2014, Skripsi, Pekanbaru, 2016

Erick WB Napitupulu, Strategi Komunikasi Politik dan Pemenangan Pemilu (Studi Kasus Strategi Komunikasi Politik Hulman Sitorus, SE dan Drs. Koni Ismail Siregar pada Masa Kampanye Pemilihan Umum Kepala Daerah Pematang Siantar 2010), Jurnal, Pematang Siantar, 2011

Indah Wati, Strategi Pencitraan Politik dalam Pemenangan Pasangan Sutarmidji dan Edi Rusadi Kamtono, Sebagai Calon Walikota dan Wakil Walikota Pontianak Tahun 2013, Jurnal, Pontianak, 2013

Lasmaria. Strategi Pemenangan Pasangan Joko Widodo-Muhammad Jusuf Kalla pada Pemilihan Presiden di Kabupaten Indragiri Hilir Tahun 2014, Skripsi, Pekanbaru, 2015.

Muhamad Rosit, Strategi Komunikasi Politik Dalam Pilkada (Studi Kasus Pemenangan Pasangan Kandidat Ratu Atut dan Rano Karno Pada Pilkada Banten 2011), Tesis, Jakarta, 2012

Rosa Arista Narendra, Strategi Komunikasi Politik Pasangan Bambang-Icek Dalam Pemilihan Umum Kepala Daerah Kabupaten Grobogan Tahun 2011, Jurnal, Jawa Tengah, 2011

Sumber Lain :

Dokumen Partai Demokrasi Indonesia
(PDI) Perjuangan

[http://perkuliahankomunikasi.blogspot.co
m/strategi-kampanye-politik.html](http://perkuliahankomunikasi.blogspot.com/strategi-kampanye-politik.html)